

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING, LIVE
STREAMING, DAN BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Zahrotu Diniah
NIM : 21415465
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2025**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING, LIVE
STREAMING, DAN BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Zahrotu Diniah
NIM : 21415465
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Online Customer Rating, Live Streaming, dan Brand Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada *Marketplace* Shopee

Nama : Zahrotu Diniyah

NIM : 21415465

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 6 Mei 2002

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ekonomi

Ponorogo, 22 Juli 2025

Pembimbing I



Fery Setiawan, S.E., M.M

NUPTK. 1552767668131043

Pembimbing II



Eka Destriyanto Pristi A, S.AB., M.M

NUPTK. 5543762663231033

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Saiful Santoso, S.E., M.Si

NIK. 19800106 199904 12

Dosen Penguji:

Penguji I



Fery Setiawan, S.E., M.M

NUPTK 1552767668131043

Penguji II



Naning Kristivana, S.E., M.M

NUPTK 2253753654230083

Penguji III



Dr. Heri Wijiavanto, S.T., M.M

NUPTK 0857752653130142

RINGKASAN

Skripsi : “Pengaruh *Online Customer Rating*, *Live Streaming*, dan *Brand Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada *Marketplace* Shopee”; Zahrotu Diniah, NIM 21415465, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pembimbing I : Fery Setiawan, S.E., M.M.

Pembimbing II : Eka Destriyanto Pristi Ayuningtyas, S.AB., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor – faktor ini saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap perilaku konsumen dalam konteks bisnis digital. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan pernyataan tertulis kepada responden dan dianalisis menggunakan aplikasi *software SPSS*. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen Skintific yang melakukan pembelian produk pada *marketplace* Shopee. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 112 responden dengan menggunakan *accidental sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh antara *online customer rating* dengan keputusan pembelian produk Skintific pada *marketplace* Shopee. (2) Terdapat pengaruh antara *live streaming* dengan keputusan pembelian produk Skintific pada *marketplace* Shopee. (3) Terdapat pengaruh antara *brand experience* dengan keputusan pembelian produk Skintific pada *marketplace* Shopee.

Kata kunci : *Online Customer Rating*, *Live Streaming*, *Brand Experience*, dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING, LIVE STREAMING, DAN BRAND EXPERIENCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA *MARKETPLACE SHOPEE*“**.

Shalawat serta salam penulis haturkan kepada nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah seperti saat ini. Penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tulus dan hormat kepada :

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunianya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
5. Bapak Fery Setiawan, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Eka Destriyanto Pristi Ayuningtyas, S.AB., M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmunya dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh

karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr:Wb

Ponorogo, 22 Juli 2025

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Zahrotu Diniah'.

Zahrotu Diniah

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 22 Juli 2025

A yellow rectangular stamp with the text "10000" and "METERAI KEASLIAN" (Anti-Forgery Stamp) is visible. Overlaid on the stamp is a blue ink signature that appears to read "Zahrotu Diniah". The stamp also contains the number "92857AMX28804063".

Zahrotu Diniah
Nim: 21415465

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

“sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat, serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING, LIVE STREAMING, DAN BRAND EXPERIENCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA *MARKETPLACE SHOPEE*”**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Terimakasih kepada Allah SWT, telah memberikan kekuatan fisik dan jiwa sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Boyadi dan Ibu Marwah Sunarti yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa yang tiada henti, orang selalu menjadi support dalam hal apapun dan selalu memberi semangat dalam penyusunan skripsi, dan terimakasih untuk seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung sampai titik ini.
3. Bapak Fery Setiawan, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Eka Destriyanto Pristi Ayuningtyas, S.AB., M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk sahabat saya Febbe Sheren Piessceza, Annastasya Nurdiana, Stefanie Lucia Qolbiyanti, Winda Kusumane Ayu, Syamtya Maharika Laurensya, Bella Junika, Kharisma Putri Maharani terimakasih selalu menemani proses, meluangkan waktu dan pikiran, memberikan dukungan, motivasi serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, terimakasih selalu ada dalam masa – masa sulit.
6. Teman – teman seperjuangan angkatan 2021 khususnya Manajemen C, terimakasih sudah kebersamaan berproses dalam menghadapi perkuliahan dan sukses untuk kalian semua.

7. Semua pihak yang terlibat dibelakang yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih sudah membantu dalam setiap proses dan memberi dukungan selama penelitian ini hingga selesai.
8. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Apresiasi yang sebesar besarnya karena sudah berusaha keras dan mampu berjuang sejauh ini. Terimakasih sudah bertahan sampai titik ini.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	11
1. Tujuan Penelitian.....	11
2. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori	13
1. Manajemen.....	13
2. Manajemen Bisnis Digital.....	16
3. Marketing Mix	17
4. Perilaku Konsumen	18
5. Keputusan Pembelian.....	21

6.	<i>Online Customer Rating</i>	23
7.	<i>Live Streaming</i>	25
8.	<i>Brand Experience</i>	27
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3.	Kerangka Berpikir.....	33
2.4.	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1.	Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.2.	Populasi Dan Sampel Penelitian	37
1.	Populasi Penelitian.....	37
2.	Sampel Penelitian.....	38
3.3.	Sumber Data.....	39
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	39
1.	Kuesioner	39
2.	Skala Pengukuran.....	40
3.5.	Definisi Operasional Variabel	40
3.6.	Metode Analisis Data	42
1.	Uji Instrumen	42
2.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.	Uji Determinasi	45
4.	Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN		48
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1.	Sejarah Singkat Skintific.....	48
2.	Produk Skintific	49

3. Karakteristik Responden	50
4. Deskripsi Variabel Penelitian	54
5. Uji instrumen.....	60
6. Analisis regresi linier berganda.....	62
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
8. Uji Hipotesis	65
4.2. Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2. Skala Likert	40
Tabel 3. Definisi Operasional Tabel	41
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	54
Tabel 9. Tanggapan responden terhadap online customer rating	55
Tabel 10 Tanggapan responden terhadap variabel live streaming	56
Tabel 11 Tanggapan responden terhadap variabel brand experience	58
Tabel 12 Tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian	59
Tabel 13 Uji Validitas	61
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	62
Tabel 16 Hasil Uji Determinasi	65
Tabel 17 Hasil Uji Pasial T	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka berpikir.....	33
Gambar 2 Logo Skintific.....	48
Gambar 3 Produk Skintific.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	83
Lampiran 2 Frekuensi Data Responden	88
Lampiran 3 Hasil Olah Data	91
Lampiran 4 R Tabel dan T tabel	97
Lampiran 5 Gambar	100
Lampiran 6 Tabulasi Data	103
Lampiran 7 Plagiasi.....	108
Lampiran 8 LOA Artikel	109
Lampiran 9 Berita Acara	110

